

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM MENGGUNAKAN JASA KONTRAKTOR PAMERAN
CV LIWA PRATAMA

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Administrasi Bisnis Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



OLEH :

ROBBY KURNIA PRATAMA

0842010037

YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2012

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM MENGGUNAKAN JASA KONTRAKTOR PAMERAN
CV. LIWA PRATAMA

Oleh:

ROBBY KURNIA PRATAMA

0842010037

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada tanggal 10 Desember 2012

Pembimbing Utama

R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 372069500461

Tim Penguji

1. Ketua

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

2. Sekretaris

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP.196407291990032001

3. Anggota

R.Y. Rusdianto, S.Sos, M.Si
NIP. 372069500461

Mengetahui
DEKAN

Dra. Hj. Suparwati, M.Si
NIP. 195507181983022001

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur, Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat-Nyalah yang senantiasa membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kontraktor Pameran CV Liwa Pratama”.

Pada kesempatan ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungan dalam penyusunan laporan skripsi ini, terutama sekali penulis ucapkan kepada bapak R.Y. Rusdianto, S. Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu, serta pengarahan didalam penulisan laporan skripsi ini dengan baik dan benar.

Keberhasilan dalam penulisan laporan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara moril maupun materil dan atas segala bantuan tersebut disampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Suparwati, Dra., M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Lia Nirawati Dra., M.Si. selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Siti Ning Farida, Dra., M.Si. selaku sekretaris program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional ” Veteran ” Jawa Timur.

4. Bapak Ibu dosen program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran “ Jawa Timur.
5. Pihak CV Liwa Pratama yang telah banyak membantu.
6. Papa dan Mama yang telah banyak membantu terutama Doa nya.

Akhirnya penulis menyadari bahwa laporan ini jauh dari sempurna dan penulis juga mengucapkan banyak terima kasih semoga penulisan laporan Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis pada saat ini maupun dikemudian hari.

Surabaya, Desember 2012

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMIRAN.....	x
ASBTRAKSI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Pemasaran.....	6
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	6
2.1.1.2 Bauran pemasaran.....	7
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2.1 Pengertian Pelayanan.....	9
2.1.2.2 Tujuan Pelayanan.....	10

2.1.2.3	Prinsip-prinsip Pelayanan.....	11
2.1.2.4	Kualitas Pelayanan.....	13
2.1.2.5	Konsep dan Dimensi Kualitas Pelayanan.....	15
2.1.3	Jasa.....	18
2.1.3.1	Pengertian Jasa.....	18
2.1.3.2	Karakteristik Jasa.....	18
2.1.3.3	Macam-macam Jasa.....	19
2.1.4	Kontraktor.....	21
2.1.4.1	Pengertian Kontraktor.....	21
2.1.4.2	Jenis-jenis Kontraktor.....	23
2.1.5	Perilaku Konsumen.....	25
2.1.5.1	Pengertian Perilaku Konsumen.....	25
2.1.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.1.6	Pengambilan Keputusan Konsumen.....	29
2.1.7	Kepuasan Konsumen.....	30
2.1.7.1	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	30
2.1.7.2	Menentukan Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	30
2.1.7.3	Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	32
2.1.7.4	Pengaruh Kualitas Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.2	Kerangka Berpikir.....	34
2.3	Hipotesis.....	36

BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	37
3.1.1 Difinisi Operasional.....	37
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	39
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.2.3 Teknik Penarikan Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.3.1 Jenis Data.....	42
3.3.2 Sumber Data.....	42
3.3.3 Pengumpulan Data.....	42
3.4 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	43
3.4.1 Uji Validitas.....	43
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	44
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	46
3.4.3.1 Autokorelasi.....	46
3.4.3.2 Multikolonieritas.....	47
3.4.3.3 Heteroskedastisitas.....	47
3.4.4 Teknik Analisis Regresi Linier Berganda.....	48
3.4.5 Pengujian Hipotesis.....	51
3.4.5.1 Uji F.....	51

3.4.5.2	Uji t.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		55
4.1	Gambaran Umum CV Liwa Pratama.....	55
4.1.1.	Sejarah CV Liwa Pratama.....	55
4.1.2	Struktur Organisasi.....	56
4.1.3	Visi Dan Misi.....	57
4.2	Diskripsi Identitas Responden.....	58
4.2.1	Diskripsi Identifikasi jawaban Responden Berdasarkan KlasifikasiJenis Kelamin.....	58
4.2.2	Diskripsi Identifikasi Responden Berdasarkan Jabatan.....	59
4.2.3	Diskripsi Identitas Responden Berdasarkan instansi responden.....	60
4.3	Penyajian Data.....	60
4.3.1	Diskripsi Variabel Bukti Fisik (X_1).....	61
4.3.2	Diskripsi Variabel Reliabilitas (X_2).....	62
4.3.3	Diskripsi Variabel Daya Tanggap (X_3).....	63
4.3.4	Diskripsi Variabel Jaminan (X_4).....	64
4.3.5	Diskripsi Variabel Empati (X_5).....	66
4.3.6	Diskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	67
4.4	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
4.4.1	Uji Validitas.....	68
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	70
4.5	Analisis Dan Pembahasan.....	71

4.5.1	Uji Asumsi Klasik / BLUE.....	71
4.5.2	Analisis Statistik Regresi Linier Berganda.....	74
4.6	Pengujian Hipotesis.....	77
4.6.1	Analisis Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan (Uji F).....	77
4.6.2	Analisis Pengaruh Variabel Bebas Secara Parsial (Uji t).....	79
4.7	Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		91
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran.....	92

Daftar Pustaka

Lampiran

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Identifikasi Berdasarkan Klasifikasi Jenis Kelamin Responden.....	58
Tabel 4.2 Identifikasi Berdasarkan Jabatan Responden.....	59
Tabel 4.3 Identifikasi Berdasarkan Instansi Responden.....	60
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Dengan Variabel Buki Fisik (X_1).....	61
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Dengan Variabel Reliabilitas (X_2).....	62
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Dengan Variabel Daya Tanggap (X_3).....	63
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Dengan Variabel Jaminan (X_4).....	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Dengan Variabel Empati (X_5).....	
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Dengan Variabel Kepuasan Pelanggan(Y).....	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas.....	67
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas.....	70
Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Tahapan Keputusan Pembelian Konsumen.....	30
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	35
Gambar 3.1 Kurva F.....	52
Gambar 3.2 Kurva t.....	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi CV Liwa Pratama.....	56
Gambar 4.2 Uji Normalitas.....	72
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	74
Gambar 4.4 Daerah penerimaan/penolakan hipotesis secara simultan.....	79
Gambar 4.5 Daerah Penerimaan/Penolakan Bukti Fisik (X_1) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kontraktor Pameran Pada CV Liwa Pratama (Y).....	80
Gambar 4.6 Daerah Penerimaan/Penolakan Reliabilitas (X_2) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kontraktor Pameran Pada CV Liwa Pratama (Y).....	82
Gambar 4.7 Daerah Penerimaan/Penolakan Daya Tanggap (X_3) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kontraktor Pameran Pada CV Liwa Pratama (Y).....	83
Gambar 4.8 Daerah Penerimaan/Penolakan Jaminan (X_4) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kontraktor Pameran Pada CV Liwa Pratama (Y).....	85
Gambar 4.9 Daerah Penerimaan/Penolakan Empati (X_5) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa	

Kontraktor Pameran Pada CV Liwa Pratama (Y).....	86
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tanggapan responden tentang bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), Jaminan (X_4) dan empati (X_5) dan Kepuasan Pelanggan (Y)
Lampiran 3	Tabel Frekuensi Jawaban Responden
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas
Lampiran 5	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 6	Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	Asumsi Klasik
Lampiran 8	Tabel t dan r (product moment)
Lampiran 9	Tabel F
Lampiran 10	Tabel t

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM MENGGUNAKAN JASA KONTRAKTOR PAMERAN
CV LIWA PRATAMA”**

ROBBY KURNIA PRATAMA
0842010037

ABSTRAKSI

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan manusia yang diharapkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia melalui proses pertukaran dan merupakan media bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Agar tujuan tersebut tercapai maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan produk yang diinginkan pelanggan dengan baik sehingga dapat menciptakan sebuah kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan pelanggan meliputi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati yang masing-masing mempunyai peranan yang sama pentingnya.

Dalam penelitian ini mempunyai variabel bebas yaitu bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) dengan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan CV Liwa Pratama yang meliputi perseorangan, perusahaan swasta, pemerintah yang telah menggunakan jasa kontraktor pemasangan stand pameran lebih dari satu kali dengan jumlah sampel delapan puluh responden. Teknik penarikan sampel dengan menggunakan teknik *purpose sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer, dimana pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) secara simultan berpengaruh secara signifikan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan ditunjukkan oleh perolehan F hitung lebih besar dari pada F tabel dengan menggunakan uji F . Serta dengan berdasarkan uji t menunjukkan bahwa bukti fisik (X_1), reliabilitas (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) dan empati (X_5) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Kata Kunci : Bukti Fisik (X_1), Reliabilitas (X_2), Daya Tanggap (X_3), Jaminan (X_4)
Empati (X_5) Dan Kepuasan Pelanggan (Y)

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Di era saat ini perusahaan sangat dituntut untuk meningkatkan kreatifitas yang tinggi agar dapat bersaing di dalam persaingan bisnis yang sangat ketat. Salah satu kreatifitas perusahaan yang sangat penting adalah bagaimana produk dapat dipasarkan dengan tepat sasaran dan dapat menarik minat pelanggan. Pemasaran suatu produk dapat dilakukan dengan banyak cara salah satunya dengan cara mempromosikan produk melalui sebuah pameran yang bertujuan agar pelanggan dapat mengetahui produk dari perusahaan tersebut.

Untuk melakukan sebuah pameran tentunya diperlukan jasa pihak ketiga yaitu jasa kontraktor pameran. Perusahaan kontraktor pameran adalah perusahaan yang menyediakan jasa event organiser pameran yang meliputi stand maupun perlengkapannya.

Perusahaan jasa kontraktor pameran sendiri tentunya harus juga dapat mempertahankan atau terus meningkatkan kreatifitas agar pelanggan tidak menggunakan jasa perusahaan lain. Salah satu untuk mempertahankan pelanggan agar tidak menggunakan jasa perusahaan lain adalah dengan cara menciptakan suatu kepuasan konsumen.

Pentingnya kepuasan pelanggan adalah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para

pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya.

Seperti halnya perusahaan-perusahaan yang sejenis saling mengungguli dan saling mengembangkan hasil produknya dengan harapan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan maka untuk menghadapi masalah ini tidak ada jalan lain, selain meningkatkan usaha di bidang pemasaran. Salah satu tindakan dalam pemasaran guna untuk mendapatkan kepuasan pelanggan adalah meningkatkan kualitas pelayanan.

Perwujudan kualitas jasa yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah dengan memberikan kualitas pelayanan (service) yang terbaik bagi pelanggan dengan tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas yang diberikan oleh perusahaan, akan menimbulkan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan kepadanya. Sering kali terdapat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengetahui apakah perusahaan telah memberikan kualitas jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka perlu dilakukan evaluasi dari pelanggannya. Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan jasa meliputi lima dimensi dimana kelima dimensi tersebut menurut Parasuraman yang dikutip oleh Simamora (2001:186) meliputi keandalan (reliability),

berwujud (tangible), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty).

CV Liwa Pratama yang merupakan perusahaan perseorangan bergerak dalam bidang jasa kontraktor pameran yang senantiasa berusaha melakukan kegiatannya agar tetap eksis dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan para pelanggan yang telah menggunakan jasa kontraktor dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan tepat. Karena CV Liwa Pratama sendiri mempunyai moto pelayanan terbaik merupakan tugas utama bagi perusahaan tersebut.

Meskipun CV Liwa Pratama selalu berusaha mempertahankan dan meningkatkan kepuasan para pelanggannya tetapi pada tahun 2011 - 2012 perusahaan mengalami fluktuatif jumlah pesanan atau pemasangan stand pameran. Sehingga perusahaan dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan serta mencari penyebab penurunan jumlah pameran.

Kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi sebuah perusahaan jasa seperti CV Liwa Pratama karena pada dasarnya produk yang ditawarkan oleh perusahaan jasa itu sendiri adalah kualitas pelayanan jasa terutama jasa pemasangan stand pameran kepada pelanggan.

Berdasarkan permasalahan tersebut di atas penulis ingin meneliti “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Kontraktor Pameran CV Liwa Pratama ”.

1.2 Perumusan masalah

- a. Apakah terdapat pengaruh secara simultan pada kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa kontraktor pameran CV Liwa Pratama ?
- b. Apakah terdapat pengaruh secara parsial pada kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa kontraktor pameran CV Liwa Pratama ?

1.3 Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara simultan pada kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa kontraktor pameran CV Liwa Pratama .
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh secara parsial pada kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa kontraktor pameran CV Liwa Pratama .

1.4 Manfaat penelitian

- a. Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan konsumen.
- b. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya, khususnya dibidang pemasaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan .